新媒体浪潮下图书编辑生存路径探析

樊建伟
（郑州大学出版社，河南 郑州 450000）

摘　要：在新媒体浪潮的冲击下，传统出版业图书编辑面临着生存危机。针对这一问题，文章分析了图书编辑的生存现状，探讨了图书编辑的生存路径选择，提出了解决问题的关键，即传统出版数字化转型，实现融合发展是出路。通过对编辑生存现状以及生存路径的探析，希冀能给业界提供有益的参考。

关键词：新媒体；图书编辑；数字化转型；融合发展；编辑人才建设　　**中图分类号：**G232　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）07-123-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.07.037
本文著录格式：樊建伟．新媒体浪潮下图书编辑生存路径探析 [J]. 中国传媒科技，2021（07）：123-125.

随着数字技术和移动互联网的发展，新媒体浪潮向我们席卷而来。在这新媒体浪潮的冲击之下，传统出版业面临挑战，图书编辑面临生存危机。传统出版业的出路在哪里？图书编辑又该如何生存？本文拟就此问题，研究探讨传统出版行业图书编辑的生存转型之路。

1. 研究的背景

1.1　新媒体浪潮来势迅猛

如今，新媒体已成为世界性的热门话题。新媒体是与传统媒体相对应的概念，它是媒体形态的一种，是利用数字技术，通过计算机网络、无线通信网、卫星等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和服务的传播形态。新媒体包括手机、数字电视、网络电视、博客、播客、视频、电子杂志等，广泛应用于即时通信、搜索引擎、远程办公、网络购物、网络支付、网约车、在线医疗、在线教育、网络游戏、网络文学、视频等。如近几年大热的短视频、直播，就深受人们喜爱和追捧。新媒体浪潮是一场基于技术进步引起的媒体形态的变革，它带来了人们生活方式的巨大改变。

2021 年 2 月 3 日，中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第 47 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2020 年 12 月，我国网民规模 9.89 亿，已占全球网民的五分之一；互联网普及率 70.4%，高于全球平均水平；手机网民规模 9.86 亿，网民使用手机上网的比例达 99.7%；网络购物用户规模 7.82 亿，占网民整体的 79.1%；网络支付用户规模 8.54 亿，占网民整体的 86.4%；网络视频用户规模 9.27 亿，占网民整体的 93.7%，其中短视频用户规模 8.73 亿，占网民整体的 88.3%。这一系列数据表明，我国的互联网发展无论是基础设施建设、高新科技研发、网络普及率程度，还是数字经济规模，都达到了很高的增长点。

1.2　新媒体的优势与特点

1.2.1　个性化鲜明

新媒体的科技性与多样性，决定了它的个性化特点。如今是个性化的时代，人们不再满足接受和大家一样的东西，而传统媒体的受众只能被动地阅读或者观看毫无差别的内容，因而传统媒体已不再具有吸引力。新媒体能满足人们不同的兴趣爱好和不同的需求，它将受众更加细分，甚至可以面向个人，支持个人定制。

1.2.2　信息量大

传统媒体因介质特点和技术原因，限制了信息内容的丰富性，能容纳的信息量有限，信息的广度不够。因而，在这信息爆炸的时代，纸质媒体是远远不能满足人们对信息的需求的。而新媒体延展了信息的内涵，它可以无限地扩展内容，“从理论上讲，只要满足计算机条件，一个新媒体即可满足全世界的信息存储需要”。

1.2.3　时效性强

新媒体信息发布及时，在各种软件和网页上甚至可以随时加工发布信息。而纸质媒体在这方面就明显不足，纸质图书一般出版周期长，要经过选题策划、编校印刷等一系列流程，而且一旦印刷出来，要想修改也非易事。而数字出版就可以克服这个缺点，它可以使出版周期大大缩短，支持按需印刷，个人定制，再版更新也非常方便。

1.2.4　选择性广

新媒体的选择性广，人们可以同时选择多种媒体来满足自己的工作、学习、娱乐需求，可以一边看节目，一边听音乐，一边检索信息，一边发布信息，这都是得益于飞速发展的数字技术和移动互联网技术。人们还可以与新媒体进行互动，不再做被动的接收者，而要成为主导者。

1.2.5　表现形式多样

传统媒体表现形式单一，以纸质图书为例，再好的图书内容也只能通过文字、图片或表格来呈现。在新媒体下，“信息传播内容不再局限于图片和文字，其能够综合使用音频、视频、图片、文字等，使受众的感官体验得以很大程度提升”，[1] 可以说，新媒体使得内容真正变成了“活物”。

1.3　传统出版业日趋式微

传统出版业的没落是伴随着新媒体的发展而出现的。改革开放后相当长一段时间，随着国民经济的高速增长，

在供给侧改革推动下，我国出版行业的发展速度和发展规模不断提高和扩大，出版物数量持续增长，图书市场呈现一片欣欣向荣的景象。然而近年来，伴随数字技术和移动互联网技术的进步，新媒体的蓬勃发展“对传统媒体的发展空间产生了一定的挤压。传统的图书出版行业作为传统媒体当中的一个重要部分，正面临着前所未有的挑战”。[2] 新媒体浪潮改变了读者的阅读方式，纸媒的竞争力大大降低，传统出版业失去了市场，前景一片黯淡。甚至有人大声疾呼“纸媒将死”“纸媒已死”，传统出版步入寒冬。

2. 图书编辑的生存现状

2.1 工作生活压力增大

图书编辑日常工作任务繁重，编辑力量不足，大家疲于应付；出书周期紧，往往限日出版，编辑不分上下班，稿子走到哪儿带到哪儿是常态。工作量大，稿件质量不好虽是客观原因，一旦图书质量不合格，责任编辑难辞其咎。因此，编辑常感身心疲惫。出版业不景气，出版社经济效益不好，将直接影响到图书编辑的工资待遇。受新媒体行业冲击，图书编辑还可能面临失业的风险，其职业前景堪忧。长此以往，编辑积极性不高，只是将工作当成谋生的工具，何谈事业。

2.2 来稿质量无法保证

出版物的质量在很大程度上首先由稿源决定，虽说高水平的编辑加工可以完善书稿，但是，如果书稿本身不“善”，那编辑便无从努力，这个问题在传统出版业中似乎更加突出。我国出版界有一大批出版社有骄人的成绩，然而，即便是一些大学出版社，即便是在学术出版领域，现实情况也不尽如人意。首先在稿源上，每年编辑都会遭遇不少为评职称而加急写就的“学术成果”，还有一些人情书稿。这类书，既然作者自付费用，既然内容并非反人类，既然出版社要考虑经济效益，那么编辑也只能在人情和工作量的双重驱动下，勉为其难地接下这种印量“节省”的“化浆书”。

2.3 编辑职业优势不再

许多人怀揣梦想，从事编辑这项枯燥的工作，为的是立言情怀，为的是文化大计。曾经被人需要，受人尊重的编辑，其职业优势在当今荡然无存。传统出版萎靡不振，图书编辑的情怀何在。

2.4 知识断层编辑断代

传统出版业的图书编辑知识存在断层，普遍缺乏新媒体使用经验，数字编辑能力较弱，大数据运用不充分，仍用老的知识储备处理瞬息万变的各种信息，工作起来力不从心。如今的年轻人，新兴的新媒体行业吸引了他们的目光，在做职业选择的时候通常不愿来出版社，即使来了，也难留住。传承向来是出版社的传统，新老编辑出现断代，出版业如何传承，出版社如何发展。

3. 生存路径选择

3.1 与新媒体融合

3.1.1 理念融合

传统出版理念落后，出版社重内容，以编辑为主体。在出版物卖方市场下，读者的需求被忽视。纸质图书同质化严重，形式单一，在读者那里已然失去了吸引力。而新媒体具有顺应时代潮流的先天优势，在网络上，任何人都可以成为作者，不必再通过出版社，网络文学的繁荣正说明了这一问题。传统出版要向新媒体行业学习重视用户、重视服务的理念，打破以编辑为主导的模式，关注用户的体验。而这里的用户对象，不仅包括读者，也包括作者，图书编辑要为两端的用户提供优质、及时的服务，为他们提供交流、互动的平台。

3.1.2 技术融合

数字化的普及使传统媒体纷纷加入新媒体的阵营，媒体的技术不断变革，不论是内容存储的数字化，还是传播的数字化，都大幅提升了媒介的传播效率。“站在工作效率的角度上来说，出版社数字化转型，不仅缓解了编辑职位的工作负担，而且进一步提升了编校质量，最大限度上优化了出版流程。”[3] 在数字化背景下，出版社开始数字化转型，由单一的纸质书，到有声书、微视频、移动端 App 等，拓宽了出版物的形态。如在图书中加入二维码，不但增大了出版物的内容空间，还可做到及时更新，弥补了纸质图书的不足。另外，还可以展开线上销售新模式，通过网络平台做好线上线下渠道的融合。同时，出版社也应注意“结合自身的实际情况，以推进数字化出版业务为目标，成立专门的数字化出版部门，提升转型发展的规范性”。[4]

3.1.3 内容融合

“内容为王”，无论是传统出版还是数字出版，都必须依靠高品质的内容来吸引读者。“在全媒体时代，传统出版业必须着重在内容品质、内涵深度、阅读体验等方面发力，实现与新媒体的融合，深化内容生产供给侧结构性改革，实现以内容创新为核心的高质量发展。”[5] 内容向来是传统出版业的优势所在，出版社拥有良好的各方资源、编辑力量、社会评价等，新媒体时代的图书编辑应充分利用这些优势，时刻树立精品意识，多出精品书。而出版社也要注重提升自己的品牌形象，以优质内容为支撑，增加用户黏性。图书编辑在保持自身优势的基础上，应积极关注文化市场，利用网络平台寻找优质的内容资源。

3.1.4 人才融合

图书编辑要与时俱进，因为在时代的潮流中，不进则退。在新媒体浪潮下，出版社需要大量懂出版、跨学科、会新技术、知识面广的复合型人才，图书编辑只有加强自己的理论和业务水平，同时运用大数据分析读者的需求，并强化自己的数字编辑能力，才能适应新的工作的要求。

3.2 提升素质能力

3.2.1 提高政治思想素质

图书编辑应提高自己的政治敏感性，学习国家法律法规，遵守职业规范，坚守职业道德，为人民群众多出好书，实现社会效益与经济效益双丰收。图书编辑为了

长远利益，可以延迟短期利益，褪去浮躁，不急功近利，要有“谋万世”的情怀。对待外界的纷扰以及物质的诱惑，图书编辑要排除杂念，心无旁骛，要坐得住冷板凳。

3.2.2　增强学术专业素养

专业技术能力是图书编辑的立身之本，也是决定出版物内容质量的关键。“编辑再度创作来稿的时候，除了自身的语言文字能力要强之外，还须深入了解相关专业的前沿动态和发展情况，竭力使自身知识结构做到精、深、博、广，不断加强自身的学术修养。”[6] 图书编辑要努力学习图书出版规范，研究编辑校对专业知识，训练自己的编校技能，同时也要增加自己的知识面，才能应对信息时代的变化。面对社会上更新速度快，稍瞬即逝的海量信息，编辑要有处理信息的判断力。在5G、大数据、云计算、互联网+和人工智能大时代，编辑还要有知识的架构能力，在实际工作中不断加强对新知识、新技能的学习，形成较高的综合业务素养。

3.2.3　开发创新思维思路

创新是事物发展的必然，是自然而然的结果。传统出版业要生存下去，就要有创新思维。“编辑的创新能力，不是一朝一夕能够实现的，但开放的心态、对信息的足够敏感、求新求异的追求等是基本要求。”[7] 图书编辑应该有眼界，引进并传播新思想、新科技，以服务人民，为人民群众所用。要关注社会，积极主动开发新选题，丰富出版物的内容，加强内容创新。要与时代相结合，利用新媒体开发多种出版新形态、新资源。要开拓思路，会使用网络平台与读者和作者交流互动，充分发挥读者和作者的主观能动性。

3.2.4　培养建设人才队伍

培养人才是一项系统工程，培养有竞争力的复合型人才是传统出版业成功转型的必然条件。一是培养图书编辑的编校技能，这是编辑的核心竞争力之一，是出版物质量的根本保障。二是加强对图书编辑新媒体理论和技能的培训，使编辑掌握数字化编辑流程、营销方式及管理方式。三是建立数字出版人才队伍，设立引入机制，吸引数字出版的从业人员加入进来。另外，让老编辑带新编辑的做法也是一个好的传统。笔者所在的出版社新推出的“导师”制度，就是实现人才培养的积极举措。“师傅”要技艺精，有本事，才能带出好“徒弟”。我社精心挑选了一批政治素质高、学术能力强的导师，在导师们一对一的帮扶下，编辑们的学术能力、出版技能等得到了很大的提升，提高了人才队伍的梯队建设水平，取得了很好的效果。

3.3　编辑心理疏解

3.3.1　克服心理恐慌

人对陌生的新生事物，难免会有恐惧心理。面对来势汹汹的新媒体，某些图书编辑出现惧怕、不愿意接触的逃避心理。而另一个极端，有些编辑又过分依赖新媒体，不懂融合，抛弃了出版传统与初心。这两者都是不可取的，要树立积极心态予以克服。

3.3.2　克服本领恐慌

这个世界变化如此之快，快到让编辑普遍产生本领恐慌的心理。编辑丧失自信，自认知识与技能落后于时代，怕被时代抛弃，而常感自卑、焦虑，这也是不可取的。解决办法，只有正视恐慌，锻炼新技能，提升编辑工作效率，向着新媒体迎头而上。

3.4　加强制度保障

打铁还要自身硬。出版要走得长远，走得稳健，就必须重视制度建设，一切操作均有法可依。大学出版社更应该有对编辑人员的专业分工和考核办法，对出版物质量的保障办法，以及对优秀科研项目的出版鼓励办法等。

编辑的出版理念与业务修养在图书出版中的重要作用自不待言，而专业化也必须成为出版社和编辑的关键词。具有专业水准、懂得操作规范的编辑，正是传统出版面对新媒体浪潮的护身符，是传统出版有而网络出版没有的优势。

新媒体技术虽然来势汹汹，但传统出版仍可有作为，图书编辑远未至穷途。“纸媒将死”的论调高歌经年，但纸质图书仍然是很多读者的第一选择，数字化并未彻底取代纸张，仅在新闻业似乎更具优势地位。数字恐慌根本上还是心理恐慌和本领恐慌。

结语

综上所述，要解决传统出版行业图书编辑的生存问题，需要系统的、持续的变革，从外界大环境，到图书编辑自身，都需要做出改变。面对生存危机，传统出版行业图书编辑只有突破困境，突出重围，方能获得新生。媒

参考文献

[1][6] 孙向军．融媒体视域下科技期刊编辑的转型路径探析[J]. 中国传媒科技，2021（3）：72-74.

[2] 曹娅．传统图书出版与新媒体融合发展路径研究 [J]. 中国传媒科技，2020（8）：57-59.

[3][4] 李常乐．出版社数字化转型的探索与实践 [J]. 中国传媒科技，2021（1）：77-79.

[5] 洪琼．全媒体时代传统出版业的融合发展之路 [J]. 中国编辑，2021（2）：78-82.

[7] 魏春玲，雷鸿昌．论新时代图书编辑工匠精神 [J]. 中国出版，2019（20）：59-61.

作者简介：樊建伟（1977- ），女，河南郑州，责任编辑，研究方向：编辑出版。

（责任编辑：胡杨）